



CULTURA
REDE DE COMUNICAÇÃO



GOVERNO DO
PARÁ

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR
PAE nº 2024/539445

DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

**QUAL A
NECESSIDADE
A SER ATENDIDA?**

Avaliar, conhecer e monitorar o público-alvo desta Fundação avaliando os resultados de ações identificando problemas e necessidades, observando tendências de opiniões mensurando os índices de satisfação do público da Cultura Rede de Comunicação.

Verificar o desempenho das atribuições da FUNTELPA na sociedade, uma vez que o cenário nacional e a opinião da população estão em constante transformação, sendo esses os principais objetos de estudo dos levantamentos. Esse tipo de sondagem, realizado metodologicamente, através de abordagem qualitativa e quantitativa são primordiais para manter o funcionamento das atividades desta Fundação, com vistas a aprimorar a governança, a integridade, a gestão estratégica e a gestão da informação.

A realização de projeto de imagem institucional e mercadológica dos veículos de comunicação para a FUNTELPA, constituem-se importante instrumento de gestão e maximização de recursos, pois, além de permitir a construção de parâmetros para campanhas de comunicação institucional e de utilidade pública, também proporcionam a realização de resultados mais tangíveis e maior efetividade em relação aos objetivos propostos na política pública de comunicação.

Objetivo: Monitorar, acompanhar e avaliar a eficiência e os resultados dos projetos e ações da Fundação, a partir de seus veículos, grades de programação, recall de mídia, share de mercado, satisfação e preferências dos consumidores de seus veículos: TV CULTURA, RÁDIO CULTURA E PORTAL CULTURA.

Metodologia: Descritivo - quantitativo podendo haver necessidade de elementos qualitativos.

Assim, diante das necessidades apontadas e visando ao aprimoramento da qualidade dos produtos exibidos pelos meios de comunicação da FUNTELPA, faz-se necessário o lançamento de edital para contratação de empresa, especializada na prestação de projeto de imagem institucional e mercadológica, nas modalidades qualitativa e quantitativa.

DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DE CONTRATAÇÃO

**QUAL O TIPO
DE OBJETO?**

- ☐ Bem.
☒ Serviço.

**QUAL A
NATUREZA?**

- ☐ Continuada. ☐ Com monopólio.
☒ Não continuada. ☒ Sem monopólio.



CULTURA
REDE DE COMUNICAÇÃO



GOVERNO DO
PARÁ

QUAL A VIGÊNCIA?	☐ 30 dias (pronta entrega). ☒ 180 dias. ☐ 12 meses. ☐ Indeterminado. ☐ dias. ☐ meses. ☐ anos. ☐ Outro: nnn				
PODERÁ HAVER PRORROGAÇÃO?	☐ Sim. ☒ Não. ☐ Não se aplica porque o prazo é indeterminado.				
HÁ TRANSIÇÃO COM CONTRATO ANTERIOR?	Contrato nº: nnnn/aaaa. Prazo final: dd/mm/aaaa. ☐ Sim. ☒ Não.				
PADRÃO MÍNIMO DE QUALIDADE	<table><tr><th>Item</th><th>Descrição detalhada</th></tr><tr><td>1</td><td> Projeto de imagem institucional e mercadológica para Televisão, Rádio e Portal Cultura. Objetivo: Monitorar, acompanhar e avaliar a eficiência e os resultados dos projetos e ações da Fundação, a partir de seus veículos, grades de programação, recall de mídia, share de mercado, satisfação e preferências dos consumidores de seus veículos: TV CULTURA, RÁDIO CULTURA E PORTAL CULTURA. Metodologia: Descritivo - quantitativo podendo haver necessidade de elementos qualitativos. Perfis dos entrevistados: Sexo masculino e feminino. A partir de 14 anos. De forma presencial, in loco e direta com o entrevistado, através de questionário estruturado de acordo com os objetivos mencionados. Tabulação: Os dados deverão ser entregues através da ferramenta dashboards feitos em Power BI e planilhas Excel. </td></tr></table>	Item	Descrição detalhada	1	Projeto de imagem institucional e mercadológica para Televisão, Rádio e Portal Cultura. Objetivo: Monitorar, acompanhar e avaliar a eficiência e os resultados dos projetos e ações da Fundação, a partir de seus veículos, grades de programação, recall de mídia, share de mercado, satisfação e preferências dos consumidores de seus veículos: TV CULTURA, RÁDIO CULTURA E PORTAL CULTURA. Metodologia: Descritivo - quantitativo podendo haver necessidade de elementos qualitativos. Perfis dos entrevistados: Sexo masculino e feminino. A partir de 14 anos. De forma presencial, in loco e direta com o entrevistado, através de questionário estruturado de acordo com os objetivos mencionados. Tabulação: Os dados deverão ser entregues através da ferramenta dashboards feitos em Power BI e planilhas Excel.
Item	Descrição detalhada				
1	Projeto de imagem institucional e mercadológica para Televisão, Rádio e Portal Cultura. Objetivo: Monitorar, acompanhar e avaliar a eficiência e os resultados dos projetos e ações da Fundação, a partir de seus veículos, grades de programação, recall de mídia, share de mercado, satisfação e preferências dos consumidores de seus veículos: TV CULTURA, RÁDIO CULTURA E PORTAL CULTURA. Metodologia: Descritivo - quantitativo podendo haver necessidade de elementos qualitativos. Perfis dos entrevistados: Sexo masculino e feminino. A partir de 14 anos. De forma presencial, in loco e direta com o entrevistado, através de questionário estruturado de acordo com os objetivos mencionados. Tabulação: Os dados deverão ser entregues através da ferramenta dashboards feitos em Power BI e planilhas Excel.				
HÁ CRITÉRIOS DE SUSTENTABILIDADE?	☐ Sim. Especificar: ☒ Não.				
HÁ NECESSIDADE DE TREINAMENTO?	☐ Sim. ☒ Não.				

ASSINADO ELETRONICAMENTE PELO USUÁRIO: André Márcio Souza Neri (Lei 11.419/2006)
EM 12/06/2024 13:53 (Hora Local) - Aut. Assinatura: 462044C8B67FBB64, DC45B7131683665A, C64EAD74CE79467D, D5813A3F772857C0



LEVANTAMENTO DE MERCADO

ONDE FORAM PESQUISADAS AS POSSÍVEIS SOLUÇÕES?

- ☒ Consulta a fornecedores. ☐ Contratações similares.
☐ Internet. ☐ Audiência pública.

Especificar:

A pesquisa de preço foi realizada considerando os parâmetros dispostos no art. 4º, § 1º, do Decreto Estadual nº 2.734/2022, empregados de forma combinada: prioritariamente, foram consultados os preços através do sítio “banco de preços”, uma ferramenta informatizada, cuja pesquisa baseia-se em resultados de licitações adjudicadas e/ou homologadas realizadas pela administração pública o que contempla os parâmetros dos incisos I e II do art. 4º do Decreto Estadual nº 2.734/2022 (pesquisa de compras públicas do Governo Federal – painel de preços e pesquisa em contratações públicas similares).

☐ Outro.

A pesquisa direta com fornecedores (Inc. V do art. 4º Decreto Estadual nº 2.734/2022), só foi utilizada quando não foi possível a obtenção de preços nos parâmetros citados anteriormente ou quando os valores apresentados não foram excessivamente elevados.

Visando boas práticas, a FUNTELPA adotou o critério de consultar fornecedores do ramo de atuação compatível com o objeto pesquisado.

Os comprovantes das pesquisas de preços coletadas integram este processo como documento anexo, em formato PDF e compactado. Estas informações subsidiaram a elaboração do Mapa de Preços no qual constam as médias das cotações de preços para o estabelecimento dos valores unitários máximos dos itens a serem licitados. O Mapa de Preços também é um anexo em formato PDF que compõe este processo;

Considerando o Art. 5º do Decreto Estadual nº 2.734/2022, foi utilizado, como método para obtenção do preço estimado por item, a média aritmética dos valores obtidos na pesquisa de preços, sobre um conjunto de no mínimo três preços.

JUSTIFICATIVA TÉCNICA E ECONÔMICA PARA A ESCOLHA DA MELHOR SOLUÇÃO

A natureza do objeto enquadra-se na classificação de serviços comuns, nos termos do inciso XIII, do art. 6º, da NLLC 14.133/2021, os serviços serão prestados sob regime de execução indireta que, por sua vez, não gera vínculo empregatício entre os empregados da Contratada e Administração, vedando-se qualquer relação entre estes que caracterize a personalidade e subordinação direta.

Por tratar-se de serviços indispensáveis ao cumprimento da missão institucional da FUNTELPA, entendemos ser vantajoso para a Administração a possibilidade de continuar a referida contratação, através de **Dispensa de Licitação, na forma eletrônica**, conforme **Decreto Estadual nº 2.787/2022**, uma vez que o valor não ultrapassa o previsto no **inciso II, caput do Art. 75º da Lei 14.133/2021**.



CULTURA
REDE DE COMUNICAÇÃO



GOVERNO DO
PARÁ

HÁ RESTRIÇÃO DE FORNECEDORES?	☐ Sim. ☒ Não.
DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO	
O QUE SERÁ CONTRATADO?	Empresa especializada na realização de projeto de imagem institucional e mercadológica dos veículos de comunicação da FUNTELPA (TV, Rádio e Portal).
QUAL O PRAZO DA GARANTIA CONTRATUAL?	☒ Não há. ☐ 90 dias. ☐ 12 meses. ☐ dias. ☐ Outro: nnn ☐ meses. ☐ anos.
HÁ NECESSIDADE DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA?	☐ Sim. Justificativa: ☒ Não.
HÁ NECESSIDADE DE MANUTENÇÃO?	☐ Sim. Descrever solução: ☒ Não.
ESTIMATIVA DO QUANTITATIVO NECESSÁRIO	
COMO SE OBTVE O QUANTITATIVO ESTIMADO?	☐ Análise de contratações anteriores. ☐ Análise de contratações similares. Especificar: ☒ Outro. Pesquisa direta com fornecedores (Inc. V do art. 4º Decreto Estadual nº 2.734/2022).
DESCRIÇÃO DO QUANTITATIVO?	O projeto a ser executado deverá realizar levantamentos e entrevistas buscando obter a opinião pessoal e face-a-face da população da Região Metropolitana de Belém (Belém, Ananindeua, Marituba e Benevides), com amostra mínima de 810 opiniões estudadas e estatisticamente organizadas, contento a maioria de itens estudados fechados (quantitativos), porém prevendo-se ter entre 2 e 5 itens abertos (qualitativos, opiniões abertas e não restritas a opções pré-definidas). Os dados estudados do projeto deverão ser entregues e apresentados em plataforma digital de gráficos com filtros dinâmicos, utilizando a tecnologia de Business Intelligence (BI), para facilitar a análise das opiniões em função das diversas variáveis que serão estudadas (gênero, faixa etária, grau de instrução, renda familiar, ocupação de trabalho, cidade e bairro). Sugere-se o ambiente Power BI para a entrega dos resultados. Também deverão ser entregues todas as tabelas em Excel dos itens estudados (quantitativos e qualitativos), com cruzamento por todas as variáveis já

ASSINADO ELETRONICAMENTE PELO USUÁRIO: André Márcio Souza Neri (Lei 11.419/2006)
EM 12/06/2024 13:53 (Hora Local) - Aut. Assinatura: 4620A4C8B67FB64.DC45B7131683665A.C64EAD4CE79467D.D5813A3F772857C0



	citadas, com comentários e sugestões de estratégias para melhoramento dos resultados estudados. A amostra de opiniões estudada no projeto deverá obedecer estatisticamente ao universo em estudo, para que o represente com perfeição, de acordo com referência dos mais recentes dados disponíveis do IBGE e/ou outros órgãos que acompanham os universos populacionais no estado do Pará.				
ESPECIFICAÇÃO	Item	Descrição	Und	Qtd	
	1	Projeto de imagem institucional e mercadológica para Televisão, Rádio e Portal Cultura. Objetivo: Monitorar, acompanhar e avaliar a eficiência e os resultados dos projetos e ações da Fundação, a partir de seus veículos, grades de programação, recall de mídia, share de mercado, satisfação e preferências dos consumidores de seus veículos: TV CULTURA, RÁDIO CULTURA E PORTAL CULTURA. Metodologia: Descritivo - quantitativo podendo haver necessidade de elementos qualitativos. Perfis dos entrevistados: Sexo masculino e feminino. A partir de 14 anos. De forma presencial, in loco e direta com o entrevistado, através de questionário estruturado de acordo com os objetivos mencionados. Tabulação: Os dados deverão ser entregues através da ferramenta dashboards feitos em Power BI e planilhas Excel.	Serv.	Unid.	
ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO					
MEIOS USADOS NA PESQUISA	☐ Painel de preços. ☐ Contratações similares. ☐ Simas. ☒ Fornecedores. ☐ Internet. ☐ Especificar: Outro.				
ESTIMATIVA DE PREÇO	Item	Descrição	Valor Unitário	Qtd	Valor Total
	1	Projeto de imagem institucional e mercadológica para Televisão, Rádio e Portal Cultura.	R\$ 59.900,00	1	R\$ 59.900,00
				TOTAL	R\$ 59.900,00

ASSINADO ELETRONICAMENTE PELO USUÁRIO: André Márcio Souza Neri (Lei 11.419/2006)
EM 12/06/2024 13:53 (Hora Local) - Aut. Assinatura: 462044C8B67FBB64, DC45B7131683665A, C64EAD4CE79467D, D5813A3F772857C0



JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO DA SOLUÇÃO

A SOLUÇÃO SERÁ
DIVIDIDA EM ITENS?

☐ Sim.

☒ Não. **Por quê?**

☒ Objeto indivisível.

☐ Perda de escala.

☒ Tecnicamente inviável.

☐ Economicamente inviável.

☐ Aproveitamento da
competitividade.

☐ Outro.

Especificar: (Indicar o
motivo).

CONTRATAÇÕES CORRELATAS OU INTERDEPENDENTES

HÁ CONTRATAÇÕES
CORRELATAS OU
INTERDEPENDENTES?

☐ Sim.

Especificar:

☒ Não.

ALINHAMENTO DA CONTRATAÇÃO COM O PLANEJAMENTO

HÁ PREVISÃO
NO PLANO DE
CONTRATAÇÕES
ANUAL?

☐ Sim.

Especificar item do PCA: nn.

☒ Não.

Providências: Foi sugerido ao setor de planejamento a inclusão no próximo plano de contratações anuais, se cabível.

RESULTADOS PRETENDIDOS

QUAIS OS
BENEFÍCIOS
PRETENDIDOS NA
CONTRATAÇÃO?

☒ Manutenção do Funcionamento
Administrativo

☐ Redução de Custos

☐ Redução dos Riscos do Trabalho

☐ Aproveitamento de Recursos Humanos

☐ Serviço/Bem de Consumo

☒ Ganho de Eficiência

☒ Realização de Política Pública

Especificar:

☒ Outro.

- ✓ Captar percepções da sociedade paraense acerca da programação da Cultura Rede de Comunicação;
- ✓ Subsidiar ações de comunicação da própria FUNTELPA;
- ✓ Subsidiar a FUNTELPA no desempenho de suas atribuições institucionais.

PROVIDÊNCIAS PENDENTES

HÁ PROVIDÊNCIAS
PENDENTES PARA O
SUCESSO DA
CONTRATAÇÃO?

☐ Sim.

Especificar:

☒ Não.

Não há necessidade de adequação do ambiente da organização para efetivar a referida contratação, nem tampouco realizar capacitação específica de servidores para fiscalização e gestão contratual. A Contratante possui quadro técnico capaz de acompanhar, fiscalizar e gerir o contrato.



IMPACTOS AMBIENTAIS E MEDIDAS DE MITIGAÇÃO

**HÁ PREVISÃO DE
IMPACTO
AMBIENTAL NA
CONTRATAÇÃO?**

☐ Sim.

Especificar os impactos: *(Detalhar).*

Especificar as medidas de mitigação dos impactos:

☒ Não.

Não se vislumbra impacto ambiental resultante desta contratação. Ainda assim, como uma boa prática na redução do consumo de papel, todos os produtos previstos nas entregas parciais finais a serem encaminhados, pela Contratada, serão recebidos exclusivamente em meio eletrônico pela Contratante.

CONCLUSÃO

**A CONTRATAÇÃO
POSSUI VIABILIDADE
TÉCNICA,
SOCIOECONÔMICA E
AMBIENTAL?**

☐ Sim.

☒ Não.

Com base no presente Estudo Técnico Preliminar e considerando as necessidades da FUNTELPA para o cumprimento da sua missão institucional; manifestamos no sentido de que a contratação pretendida se mostra viável, consoante o inciso XIII do § 1º do art. 18 da Lei 14.133/21.

Belém (PA), Data de forma eletrônica via P.A.E

Assinatura de forma eletrônica via P.A.E

ANDRE MARCIO SOUZA NERI

Diretoria de Marketing – DMK

Matrícula: 12477033

ASSINADO ELETRONICAMENTE PELO USUÁRIO: André Márcio Souza Neri (Lei 11.419/2006)
EM 12/06/2024 13:53 (Hora Local) - Aut. Assinatura: 462044C8B67FBB64, DC45B7131683665A, C64EAD4CE79467D, D5813A3F772857C0